

УДК 336.221:657.1

В. Н. Черных

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»,
Санкт-Петербург, e-mail: 4ernykh.varvara@gmail.com

ТОРГОВЛЯ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ: БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Ключевые слова: маркетплейсы, электронная коммерция, налогообложение, бухгалтерский учет, документооборот.

Развитие отечественных маркетплейсов помогает России адаптироваться к новой реальности, которая сформировалась после пандемии и ухода иностранных компаний с нашего рынка. Они обеспечивают рост объемов потребительского спроса на товары российских поставщиков и стимулируют развитие отечественного бизнеса, что имеет важное значение для укрепления экономического потенциала нашей страны. Однако торговля на маркетплейсах имеет свои особенности налогообложения и бухгалтерского учета. Перед началом работы с маркетплейсами продавцу необходимо изучить специфику работы с торговой площадкой и выбрать режим налогообложения, позволяющий оптимизировать налоговую нагрузку. В данной статье будут рассмотрены особенности сотрудничества между продавцом и маркетплейсом, а также ключевые аспекты налогообложения, бухгалтерского учета и документооборота, с которыми необходимо ознакомиться продавцу перед выходом на торговую площадку.

V. N. Chernykh

Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg,
e-mail: 4ernykh.varvara@gmail.com

TRADING ON MARKETPLACES: ACCOUNTING AND TAXATION

Keywords: marketplaces, e-commerce, taxation, accounting, document flow.

The development of domestic marketplaces helps Russia to adapt to the new reality that was formed after the pandemic and the departure of foreign companies from the Russian market. They ensure the growth of consumer demand for goods from Russian suppliers and stimulate the development of domestic business, which is important for strengthening Russia's economic potential. However, trading on marketplaces has its own taxation and accounting peculiarities. Before starting to work with marketplaces, a seller needs to study the specifics of working with the trading platform and choose a taxation regime that allows optimizing the tax burden. This article will discuss the features of cooperation between a seller and a marketplace, the key aspects of taxation, accounting and document flow that a seller needs to study before entering a trading platform.

Введение

В настоящее время широкое распространение получили продажи на маркетплейсах. Значительным толчком к развитию интернет-торговли стала пандемия COVID-19, в период которой покупатели стали значительно чаще совершать покупки онлайн. Впоследствии активному росту объемов продаж на отечественных маркетплейсах поспособствовали санкции и уход иностранных компаний с Российского рынка.

Маркетплейсы представляют собой торговые площадки, которые выступают посредником между продавцом и покупателем. Они привлекают покупателей своим широким ассортиментом, возможностью совершать покупки из дома, а также более низкими ценами, чем в обычных магазинах.

В России на настоящий момент наиболее крупными маркетплейсами являются «Wildberries», «Ozon», «Яндекс Маркет», «МегаМаркет», «AliExpress» и др. В последние годы они активно развиваются, укрепляя свои позиции на рынке электронной коммерции. Так, по данным исследования, проводимого Tinkoff, за 2023 год совокупный объем продаж на российских маркетплейсах вырос почти в 1,5 раза [3].

Вместе с тем происходит активный рост числа продавцов на маркетплейсах, в том числе начинающих предпринимателей. Это обусловлено тем, что маркетплейсы – довольно простой способ выйти на рынок и обеспечить стабильный прирост покупателей, избежав при этом многих затрат.

Преимущества маркетплейсов заключаются в следующем:

- они позволяют расширить географию продаж и избежать при этом проблем с логистикой;
- самостоятельно осуществляют доставку, хранение товара на складе, его выдачу и возврат;
- упрощают продвижение товаров и его рекламу, что позволяет увеличить охваты и нарастить объем продаж;
- помогают продавцу принимать правильные управленческие решения и обеспечивать прибыльность продаж благодаря анализу, представленному в личном кабинете;
- предоставляют возможность интеграции личного кабинета продавца с его программным продуктом для ведения бухгалтерского учета, что помогает сократить число ручных операций.

Однако продажи на маркетплейсах не лишены недостатков. К основным из них можно отнести:

1. Высокий уровень конкуренции. На маркетплейсах представлено большое множество товаров от разных продавцов. Чтобы нарастить объем продаж, начинающим продавцам нужно иметь конкурентные преимущества. Например, установить пониженную цену или создать привлекательную карточку товара. Эффективным способом продвижения также является реклама.

2. Наличие комиссии. Некоторые маркетплейсы взимают единовременную плату за регистрацию продавца.

3. Ограничения в ценовой политике. В договоре между маркетплейсом и продавцом может быть прописано дополнительное условие, согласно которому продавец будет обязан предоставлять скидки на свои товары по требованию маркетплейса. При отказе от предоставления скидок маркетплейс может увеличить размер комиссионного вознаграждения, взимаемого с продавца.

Прежде чем выйти на торговую площадку, продавцу нужно выбрать режим налогообложения, который позволит оптимизировать налоговую нагрузку. Кроме того, необходимо ознакомиться с порядком сдачи налоговых деклараций, а также с особенностями ведения бухгалтерского учета и документооборота.

Целью данного исследования является изучение нормативно-правовых основ торговли на маркетплейсах, порядка выбора налогового режима и сдачи налоговой от-

четности, а также рассмотрение специфики бухгалтерского учета при работе с электронными площадками.

Вклад в изучение процесса торговли на электронных площадках внесли такие ученые, как Ф. Котлер, Т. Окландер, А. Сетиаван и др.

Материал и методы исследования

Предметом исследования выступили режимы налогообложения, закрепленные российским законодательством и применяемые при торговле на маркетплейсах, а также типовые хозяйственные операции, возникающие при работе с электронными торговыми площадками.

В ходе проведения исследования были использованы такие методы, как изучение нормативных правовых актов и литературы, анализ, классификация, описание, сравнение, обобщение и моделирование.

Результаты исследования и их обсуждение

При выходе на торговую площадку продавец может заключить с ней агентский договор (гл. 52 ГК РФ) или договор комиссии (гл. 51 ГК РФ) [1]. В данном случае в качестве агента (комиссионера) выступает торговая площадка, которая представляет интересы продавца. Продавец, в свою очередь, будет являться принципалом (комитентом) и выплачивать вознаграждение маркетплейсу.

Продажами на маркетплейсах могут заниматься самозанятые (но только в том случае, если реализуемый товар изготовлен ими самостоятельно), индивидуальные предприниматели, а также организации. При этом наибольшая доля приходится именно на индивидуальных предпринимателей [3].

Для торговли на маркетплейсах разрешено использовать три режима налогообложения. Более подробно данные налоговые режимы и условия их применения представлены в таблице.

Необходимо отметить, что при работе с маркетплейсами нельзя использовать патентную систему налогообложения, так как она применяется только для розничной торговли, к которой интернет-торговля не относится (пп. 1 п. 3 ст. 346.43 НК РФ) [5].

Применяя ОСНО, налогоплательщик обязан уплачивать налог на прибыль (если он является юридическим лицом) или НДФЛ (если он является индивидуальным предпринимателем) [5].

Режимы налогообложения, применяемые для торговли на маркетплейсах

Режим налогообложения	Кто может применять	Условия применения	Налоговая база	Ставки налога
Налог на профессиональный доход (НПД)	самозанятые, ИП	- доход не более 2,4 млн руб. в год; - нельзя нанимать работников	общая сумма выручки от реализации	4% – при реализации товаров физическим лицам 6% – при реализации товаров юридическим лицам
Упрощенная система налогообложения (УСН)	ИП, организации	- доход не более 200 млн руб.; - не более 130 сотрудников; - остаточная стоимость не более 150 млн; - доля участия юридических лиц не более 25%; - отсутствие филиалов	доходы	6% (законом субъекта РФ ставка может быть снижена до 1%)
			доходы, уменьшенные на величину расходов	15% (законом субъекта РФ ставка может быть снижена до 5%)
Общая система налогообложения (ОСНО)	ИП (платят НДФЛ)	без ограничений	доходы, уменьшенные на величину расходов	13% со стоимости реализованных товаров без учета НДС
	организации (платят налог на прибыль)			20% со стоимости реализованных товаров без учета НДС

Декларация по налогу на прибыль сдается организациями четыре раза в год. За предыдущий год – до 25 марта, а за I квартал, за 6 месяцев и за 9 месяцев – не позднее 25 дней со дня окончания отчетного периода. Оплатить налог на прибыль необходимо до 28 числа соответствующего месяца.

Налоговая декларация по форме 3-НДФЛ сдается индивидуальными предпринимателями один раз в год в период до 30 апреля [7].

Помимо прочего, все продавцы на общей системе налогообложения обязаны уплачивать НДС. И организации, и индивидуальные предприниматели, сдают декларацию по НДС ежеквартально. Отчетность необходимо предоставить в налоговые органы до 25 числа месяца, следующего за окончанием налогового периода, а произвести оплату – до 28 числа соответствующего месяца [7].

При упрощенной системе значительно сокращается объем сдаваемой отчетности. Как организации, так и индивидуальные предприниматели сдают всего одну декларацию в год [7].

Для самозанятых и ИП, которые уплачивают налог на профессиональный доход, порядок ведения налогового учета является еще более простым. Потребуется лишь за-

полнить данные о продажах физическим и юридическим лицам в приложении «Мой налог» [2, с. 378].

Отчетным периодом для плательщиков НПД является календарный месяц. До 12 числа месяца, следующего за отчетным, в приложении налогоплательщика появляется информация о сумме исчисленного налога. Оплату необходимо произвести до 28 числа [7].

Рассмотрим также особенности ведения бухгалтерского учета при работе с маркетплейсами. В первую очередь необходимо отметить, что, в соответствии с Федеральным законом №402-ФЗ, ведение бухгалтерского учета является обязательным только для юридических лиц [8]. Следовательно, у ИП и самозанятых такой обязанности не возникает. Индивидуальным предпринимателям достаточно вести книгу учета доходов и расходов [4, с. 87].

Главное отличие ведения бухгалтерского учета при работе с маркетплейсами заключается в том, что продавец сначала отгружает товары на склад торговой площадки, а не покупателю напрямую. В этот момент необходимо перенести себестоимость товаров на счет 45 «Товары отгруженные» до момента их реализации [2, с. 377].



Хозяйственные операции, возникающие при торговле на маркетплейсах

Другая особенность заключается в том, что выручка от продаж сначала поступает маркетплейсу, а не продавцу напрямую. В связи с этим в бухгалтерском учете необходимо отразить дебиторскую задолженность торговой площадки перед продавцом до момента перевода ему выручки. Для этого на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» открывается специальный субсчет.

Кроме того, расчеты между торговой площадкой и продавцом включают в себя выплату комиссионного (агентского) вознаграждения. Для него также открывают отдельный субсчет к счету 76, по кредиту которого отражают задолженность продавца перед маркетплейсом [4, с. 83-84].

Оказание торговой площадкой дополнительных услуг (например, рекламных) обычно отражается на том же субсчете, что и комиссия.

Таким образом, к счету 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» будут открыты два дополнительных субсчета:

- для расчетов с маркетплейсом по продажам (76-П);
- для расчетов с маркетплейсом по комиссионному (агентскому) вознаграждению и оказанию дополнительных услуг (76-К).

Рассмотрим основные хозяйственные операции, возникающие у продавцов при работе с маркетплейсами, и соответствующие им бухгалтерские проводки. Они представлены на рисунке.

У начинающих продавцов также могут возникать вопросы по поводу веде-

ния кассы при расчетах с покупателями и маркетплейсом.

Так как оплату от покупателя получает маркетплейс, то обязанность по ведению кассы закрепляется за ним. Согласно письму Минфина от 27.05.2020 № 03-01-15/44636, у продавца (принципала) не возникает обязанности пробивать кассовый чек, если он уже был пробит маркетплейсом (торговым агентом) [6]. Так как маркетплейс выступает торговым агентом, в чеке будет указан ИНН продавца.

Расчеты между продавцом и торговой площадкой осуществляются в безналичной форме посредством платежных поручений, поэтому для них также не требуются кассовые чеки.

Таким образом, при работе с маркетплейсами продавцу не нужно применять контрольно-кассовую технику. Это является еще одним преимуществом продажи товаров на маркетплейсах.

Документооборот при продаже товаров на маркетплейсах является полностью электронным. Для ведения электронного документооборота продавцу необходимо получить электронную цифровую подпись (ЭЦП). Электронные документы, не заверенные ЭЦП, не имеют юридической силы.

Рассмотрим основные этапы документооборота при торговле на маркетплейсах:

1. Перед отгрузкой товара на склад торговой площадки продавец оформляет товарную и транспортную накладные.

2. При передаче товара маркетплейсу продавец также выставляет счет-фактуру или формирует универсальный передаточный документ (УПД).

3. В течение нескольких дней после отгрузки товара маркетплейс предоставляет акт приемки, подтверждая тем самым факт получения товаров, указанных в накладной.

4. Маркетплейс, в свою очередь, обязан выставить счет-фактуру продавцу, когда удерживает комиссионное вознаграждение или предоставляет услуги за дополнительную плату (например, рекламные). На основе данного документа продавец, применяющий ОСНО, сможет предъявить входящий НДС к вычету.

5. По итогам периода (раз в неделю или раз в месяц) маркетплейс предоставляет продавцу отчет о продажах, в котором указываются данные о реализации товаров и сумме удержанного комиссионного вознаграждения.

Документооборот при продаже товаров на маркетплейсах осуществляется через личный кабинет. Некоторые маркетплейсы имеют свои системы ЭДО, другие же прибегают к использованию сторонних. В настоящий момент уже во многих программных продуктах для ведения бухгалтерии предусмотрена возможность интеграции с личным кабинетом продавца на маркетплейсе, что

упрощает ведение учета и сокращает число ручных операций.

Заключение

Таким образом, маркетплейсы представляют собой современные и удобные площадки для реализации товаров, которые предоставляют продавцу массу возможностей для расширения рынка сбыта и увеличения объемов продаж.

Сотрудничество между торговой площадкой и продавцом строится на основе агентского договора или договора комиссии.

Выбор того или иного налогового режима зависит от объема выручки организации или индивидуального предпринимателя, наличия сотрудников и их количества, остаточной стоимости и других факторов. Изучив правила применения налоговых режимов, продавцы смогут своевременно осуществить переход на подходящий налоговый режим, снизив тем самым налоговую нагрузку.

Кроме того, продажи на маркетплейсах имеют свои тонкости в ведении бухгалтерского учета и организации документооборота. Однако современный уровень развития автоматизированных систем обработки учетной информации и непосредственно торговых площадок позволяет значительно упростить регистрацию хозяйственных операций и их документальное сопровождение.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.09.2023) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/ (дата обращения: 26.04.2024).

2. Занова А.В., Горячих С.П., Печенкин К.А. Продажа товаров на маркетплейсах: учет и налогообложение // Естественно-гуманитарные исследования. 2022. № 40 (2). С. 375-380.

3. Итоги года на маркетплейсах: в 2023 году количество покупок выросло на 63%. Tinkoff.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tinkoff.ru/about/news/29012024-marketplaces-year-results-number-of-purchases-increased-by-63-percent-in-2023/> (дата обращения: 10.04.2024).

4. Котова С.А. Особенности ведения бухгалтерского учета в условиях торговой деятельности на электронных площадках // Вестник науки. 2023. №11 (68). С. 81-90.

5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 22.04.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.05.2024) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 26.04.2024).

6. Письмо Департамента налоговой политики Минфина России от 27.05.2020 г. № 03-01-15/44636 «О применении контрольно-кассовой техники» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74187806/> (дата обращения: 26.04.2024).

7. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nalog.gov.ru/rn78/> (дата обращения: 27.04.2024).

8. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 12.12.2023) «О бухгалтерском учете» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ (дата обращения: 26.04.2024).